

**ТЕМА НОМЕРА: Объединение операторов рынка IAM**

2016  
Спецвыпуск

# autoExpert

Р ы н о к   а в т о б и з н е с а



***Легка та задача  
над котрою  
трудяться вместе***

[www.autoExpert.com.ua](http://www.autoExpert.com.ua)

**Рынок • Проблемы • Задачи • Решения**



АСОЦІАЦІЯ ІМПОРТЕРІВ ТА ДИСТРИБ'ЮТОРІВ АВТОКОМПОНЕНТІВ «АІДА»  
ДРПОУ 37290465, Р/Р 26009052638673 У ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» МФО 320649  
04078, КИЇВ, ВУЛ. СИРЕЦЬКА 49-В, WWW.AIDA.ORG.UA

## Звернення Асоціації імпортерів та дистриб'юторів автокомпонентів (АІДА) до керівників і власників підприємств - учасників незалежного ринку запчастин і автосервісу

### Шановні колеги!

В сфері нашої діяльності, мабуть, немає жодного підприємця, який назвав би задовільним стан справ на ринку ІАМ (Independent Aftermarket - незалежний ринок запчастин і автосервісу). Ми всі усвідомлюємо, що на довгострокову перспективу наш бізнес може бути ефективним тільки за умови його прозорого функціонування в осмисленому, зваженому і обґрунтованому правовому полі. Здавалось би, в цьому найперше повинна бути зацікавлена держава, але на практиці стан справ діаметрально протилежний. Упродовж багатьох років ми практично безрезультатно змушені боротися проти порушень митних правил і контрафактної продукції, які не тільки руйнують наш бізнес, а й в разі зменшують надходження до державного бюджету; проти монополізації ринку ІАМ дилерами автовиробників; за спрощення митного оформлення вантажів, визнання інвойсної ціни імпортованих запчастин, необхідність повної ідентифікації товару в митних деклараціях тощо. При цьому ми ніяк не можемо вплинути на подолання бездіяльності правоохоронних і фіскальних органів, а наші пропозиції щодо удосконалення нормативно-правової бази діяльності ринку ІАМ просто ігноруються на всіх рівнях владної піраміди.

Ми долаємо перешкоди кожний по-різному: хтось долає, а когось і долають... Всі перешкоди подолати ніхто з нас поодиноці завідомо не зможе. В нинішніх умовах тільки громадські організації здатні служити протидією бездіяльності і утискам з боку держави. Саме так працює бізнес у цивілізованих країнах, і ми знаємо, що він ефективний. Що заважає нам рухатися таким же шляхом в Україні? Коли ж ми, нарешті, здихаємося совкової віри у всезнайство і всемогутність урядового «дяді», який замість нас вирішуватиме наші проблеми? Невже хоч один із нас не знає, що такого не буде ніколи?

Єдиним представницьким органом учасників ринку ІАМ поки що залишається наша Асоціація, АІДА, але її потенційні можливості використовуються незначною мірою. Заради 15-и її учасників ніякий Кабмін, ніяка Верховна Рада не будуть всерйоз ставитися до наших вимог і пропозицій. Але ж вас на ринку - сотні! Чому ви досі не стали хоча б асоційованими учасниками АІДА, не заявили про свою позицію, не узагальнили з колегами свій досвід, не визначили стратегій боротьби? Хіба за таких обставин Асоціація може мати ресурс - інформаційний, організаційний, юридичний, зрештою - фінансовий, для системної роботи по зміцненню нашого ринку і бізнесу? Якщо нас в Асоціації буде не півтора десятка, а хоча б сотня.. а то і взагалі - вся команда з двома мільярдами доларів оборту на рік, на нас звернуть увагу. Якщо ми об'єднаємо свої зусилля з іншими асоціаціями, що діють в автотранспортній галузі, до нас почнуть прислухатися. А якщо ми виступимо спільно з усіма імпортерами, які, між іншим, своїми податками формують **половину державного бюджету України**, відмовляти нам у задоволенні наших обґрунтованих вимог, пропозицій і законодавчих ініціатив стане дуже непросто. Якщо ж в Асоціації нас буде мало, то й рахуватися з нами ніхто не буде.

Підвищення потужності Асоціації дозволить нам налагодити взаємодію з іншими імпортерами, отримати представництво в громадських радах при міністерствах, фіскальних і силових службах, здійснювати під егідою Асоціації захист один одного у конфліктних ситуаціях.

Одним із найважливіших наших організаційних завдань є облаштування власного інформаційного простору, і підготовча робота в цьому напрямку вже проводиться. Нашою трибуною стане фахове видання, журнал **autoExpert**, на сторінках якого ми розпочнемо конструктивний діалог з владою, налагодимо взаємодію з іншими асоціаціями, обговоримо стратегію і тактику нашої роботи, вивчимо європейський досвід і поділимося своїм. За наявності таких передумов ми змогли б розпочати і ґрунтовний моніторинг ринку ІАМ, узагальнити його тенденції, з'ясувати фактичні обороти і запаси, розпочати зважене прогнозування ситуації.

Шановні колеги, АІДА - це не комерційна організація, яка нав'язує вам щось купити вигідно щось не дуже потрібне. Ми - такі самі бізнесмени, як і ви, і займаємося спільними для нас усіх проблемами, тому й запрошуємо до цієї роботи вас усіх. Перекласти її на плечі, наприклад, якихось профспілок, федерацій роботодавців чи будь-кого іншого не вийде. Знайти альтернативу АІДА буде дуже непросто, та й потреби в цьому немає.

Ми вислухаємо ваші пропозиції і програми, вивчимо надану вами інформацію і висновки з приводу наших спільних зашкарбулених проблем, але повірте, що буде краще робити це в статусі дійсного чи асоційованого учасника АІДА. Чекаємо ваших рішень з цього приводу, і бажано не баритися, тому що багато важливих процесів і без того давно почали проходити повз нас, навіть не вітаючись.

З повагою,  
директор АІДА Сергій Овсієнко

17 листопада 2016 року





# Объединение неизбежно

**А**ссоциация импортеров и дистрибьюторов автокомпонентов была создана в 2010 году по инициативе ведущих операторов рынка Aftermarket Украины. Как основная цель Ассоциации было заявлено взаимодействие с органами власти и другими организациями для установления цивилизованных правил игры на рынке и более благоприятного режима для работы автокомпонентного и автосервисного бизнеса в стране.

До 2013 года АИДА провела ряд масштабных мероприятий, однако ввиду невозможности реального продуктивного диалога между бизнесом и государственной властью ее деятельность оставалась в теоретической плоскости. Теперь настало время для практической реализации тех целей, для которых Ассоциация была создана.

Участие в отраслевых ассоциациях - доказавшая свою целесообразность мировая практика. Пока каждый решает свои проблемы сам, общая ситуация может еще больше осложниться. Надо понимать, что решение проблемы сегодня «частным порядком» - это не решение, а лишь отсрочка. Углубление системного кризиса приведет к тому, что ресурсов на улаживание дел не останется, но объединяться тогда уже будет поздно. Очевидно, что необходима консолидированная позиция игроков рынка и производителей, выход на диалог с властью и поиск решения, которое будет учитывать интересы не только государства, но и предпринимателей.

Проблемы независимого рынка автомобильных товаров известны всем его участникам. Это сложность таможенного оформления, обязательная сертификация уже сертифицированных импортных товаров, манипуляции с их инвойсной стоимостью, порождаемая всем этим контрабанда. А также патентный троллинг и вызовы бу-

дущего - наступление оригинальных запчастей и дилерского сервиса на рынок IAM.

Как решать эти проблемы, в принципе тоже понятно - необходимо менять законодательство. Необходима либерализация таможенных процедур, установление прозрачных и единых правил игры для всех импортеров, а также защита независимых поставщиков запчастей и предприятий автосервиса от регулятивных ограничений в доступе к рынку.

Победить контрабанду и патентный троллинг можно только системными действиями - устранив почву, на которой расцвели эти явления. Необходимо привести таможенные правила к модели, которые уже давно и эффективно работают в европейских странах. Также необходимо изменить нормы работы патентных органов Украины. Но что может стать двигателем таких изменений? Под лежащий камень вода не течет - чтобы условия работы на рынке стали более благоприятными для официальных импортеров и поставщиков качественных автокомпонентов, необходимо активное продвижение интересов отрасли.

Ассоциация готова, после длительного перерыва в работе, снова начать активно отстаивать интересы участников независимого рынка автозапчастей. Помочь представителям власти, которые готовы работать над улучшением условий для бизнеса. Предоставить им экспертные знания участников Ассоциации, разработать рекомендации, участвовать в рабочих группах. Но сначала необходимо сделать так, чтобы законодатели прониклись ответным желанием помочь нашей отрасли. Законодатели только в том случае захотят вносить способствующие развитию отрасли изменения в нормативные акты, когда у них будут мотивы сделать это.

Кроме очень больших денег или угрозы

реального бунта, что в случае с нашей отраслью и невозможно, и недопустимо, на законодателей влияет только одно - общественное мнение. Только путем широкого освещения этой проблематики в СМИ и социальных сетях, а также привлечения институтов гражданского общества - можно способствовать воплощению в жизнь предложений, сформулированных в Меморандуме Ассоциации.

Поднимаемая на собраниях АИДА проблематика на самом деле затрагивает весьма широкие круги. Это не только руководители нескольких десятков компаний-импортеров. И не только сотрудники этих компаний. Это еще и работники автосервисов, и даже шире - миллионы автовладельцев. Проблема в том, что основные массы граждан, прямо или косвенно страдающих от несовершенства законодательства, не осознают причины своих проблем.

Например, СТО уже сегодня сталкиваются с проблемой массовой покупки их клиентами «на стороне» сомнительных запчастей, которым было отдано предпочтение только потому, что они немного дешевле. Автовладельцы же в поисках доступных запчастей часто становятся жертвой фальсификаторов. И те, и другие наблюдают только следствие, не вдаваясь в причины. Если мы хотим сформировать широкую общественную поддержку наших начинаний - необходимо, для начала, актуализировать проблему для всех заинтересованных групп.

Таким образом, прослеживается два уровня работы. Конечно, Ассоциация должна принимать активное участие в работе общественных советов при государственных органах, в частности, при Таможенном комитете и Государственной налоговой службе. Эксперты отрасли должны войти в рабочие группы, занимающие



## Станіслав Кукобко

офіційний представник компанії Denso в Україні:

- Головною причиною низької ефективності української економіки в цілому, і ринку автозапчастин зокрема, я вважаю відсутність, з одного боку, мотивації, а з другого - відповідальності як функціонерів державних служб, так і політикуму.

Тому замість них працює бізнес, який аналізує економічну ситуацію, систематизує факти, формулює галузеві проблеми, доводить їх до відома Уряду і Верховної Ради, опрацьовує шляхи їх

вирішення, і втілює їх в життя, витрачаючи ресурси і час на подолання опору бюрократичної системи.

Найбільшою проблемою для моїх колег - імпортерів запасних частин, є митниця, яка втратила контроль над завезенням до України товарів з порушенням митних правил. Перш за все мова йде про «паралельний» импорт, головним чином з Польщі. Масштаби «сірого» і «чорного» імпорту вже стали промисловими.

Єдиний вихід - активізація громадських організацій, об'єднання їх зусиль, якісне збільшення в їх складі представництва учасників ринку.

Все більше підприємців усвідомлює, що краще і безпечніше діяти в правовому полі. Бізнес запчастин далі більше починає виходити з тіні, і кількість прихильників цього процесу зростає.

Крім повної легалізації бізнесу, представництво Denso планує зареєструвати свою торгову марку на митниці. Звісно, було б краще, якби цей процес почався раніше. Зареєструвавши марку, ми надамо митниці реєстр фірм, які вправі офіційно завозити цей продукт. Такий метод може стати дуже дієвим для боротьби з «сірим» імпортом. Є підстави вважати, що кількість товарів, які заносять в Україну всі ці «піджаки», «мурахи» і «картаті торби», неспівмірно менша тієї кількості, яка завозиться до нас бусами і навіть фурами через митницю із заниженням інвойсної ціни. Це і є «сірий» импорт. Якщо в першому випадку мова йде про суми в сотні євро, то в другому, за одним, так

би говорити, рипом, завозиться товару на десятки, сотні тисяч...

Національне законодавство занадто поблажливе до «сірих» імпортерів, але в такий спосіб їх можна притиснути. Адже на підставі наданої нами інформації митники можуть зобов'язати їх пред'явити всі інвойси на придбання товару, відслідкувати шляхи поставок і т. ін. Далі можна шукати важелі впливу на компанії-реалізатори.

Реєстрація торгової марки особливо ефективна в тому випадку, якщо у вас є добра юридична компанія, що замість вас здійснює моніторинг руху товарів вашої марки через митниці, і вмотивована материнською компанією, яка найперше зацікавлена в захисті своєї інтелектуальної власності і торгової марки. Такі юристи можуть співпрацювати з митниками з метою відслідковування поставок від усіх незазначених у реєстрі фірм.

Для нас і для держави необхідна уніфікація процедури імпорту. Не повинно такого бути, що на польській митниці на одну й ту ж партію товару пред'являється один пакет документів, а в Україні - інший.

Але для вирішення митних питань необхідне дуже солідне представництво, від багатьох осіб. А чи всі компанії-імпортери готові до прозорої роботи? І чи захищені вони від утисків з боку митників в разі претензій до них і до їх роботи? Ось тут і треба громадська організація, яка не є бізнес-структурою, і на яку «наїхати» набагато важче.



## Артур Рудницький

керівник напрямку WIX Filters компанії MANN+HUMMEL Filtration Technology Ukraine:

- В сфері нашої професійної діяльності є певні проблемні ситуації, які ми могли б зважити, і вирішити об'єднавшись: визначивши мету і виробивши відповідну стратегію. Але нам усім - виробникам, постачальникам, дистриб'юторам, авторсервісним підприємствам не вистачає системної комунікації, яка давала б мож-

ливість спілкуватися не тільки на виставках, але й підтримувати постійні контакти і систематично зустрічатися. А про що поговорити у нас буде завжди.

На часі - проблема патентного тролінгу, системні порушення права інтелектуальної власності, піратство. До цього явища слід віднести й контрафакт - наприклад, підроблення олив. Контрафактні фільтри під відомі бренди в Україну теж надходять. В нашому випадку з цим «явищем» ми так-сяк справилися кілька років тому, але втрати були дуже значні - і фінансові, а найголовніше - репутаційні.

Сама по собі навіть найкраща марка дуже слабо захищена від таких зазіхань. Асоціація могла б дуже полегшити боротьбу з такими явищами.

Також, між учасниками нашого ринку - і виробниками, і дистриб'юторами, є і завжди буде певний конфлікт інтересів. Тому в межах асоціації нам слід визначити пріоритети, в яких зацікавлені всі, і нівелювати конфлікти між колегами, працюючи на довгострокову перспективу. А також навчитися дотримуватися рішень більшості.

Але деякі явища підлягають усуненню однозначно. Наприклад, є товари, які краще продаються в групі, зокрема, виробник постачає дистриб'ютору фільтри, а він паралельно торгує ще й

контрафактними оливами, або навпаки.

Для членів асоціації такі речі повинні бути несумісними і неприйнятними. Поставки підприємцям, які займаються контрафактом, будь яких товарів членами асоціації повинні бути припинені, а інформація про це - розповсюджена серед клієнтів через сайт асоціації або інші ЗМІ.

З цією метою асоціація може здійснювати контрольні закупки і діяти за законом: чеки, свідки, випробування, офіційні висновки компетентних установ, тощо...

Повинно бути опрацьовано багато деталей - від логотипу асоціації до піару, її популяризації серед учасників ринку автозапчастин і покупців. Логотип асоціації повинен бути гарантією контролю за легітимністю товару. Починати треба хоч би й з невеликих справ, але неодмінно доводити їх до кінця.

Для такої діяльності потрібні кошти. За рахунок волонтерства цього не зробиш. Тому повинен бути план роботи, заходи, кошториси. Учасники асоціації такі проекти повинні обговорювати, визначати їх доцільність і вирішувати питання фінансування. Інакше все закінчиться балаканиною.

Асоціація є громадською організацією і повинна мати авторитетного керівника, апарат, режим роботи. Знову ж таки виникає питання фінансування. Воно вирішуватимуться тим простіше, чим більше в асоціації буде гідних учасників.

ся разработкой законопроектов, так или иначе касающихся свободного рынка автозапчастей и автосервиса. Это профессиональный уровень работы.

С другой стороны, народные избранники, в принципе заинтересованные по возможности облегчить жизнь автовладельцам, которые составляют значительную часть избирателей, не просто должны понимать, как конкретно это можно сделать. Также они должны видеть ярко выраженный социальный запрос на это со стороны своих нынешних или потенциальных избирателей. И это второй уровень работы - медийный.

Необходимо выносить проблемы и задачи отрасли на широкое обсуждение в СМИ, на сайтах для СТО и автовладельцев, в социальных сетях, используя группы по интересам и пр. И там тоже предлагать конкретные решения и обосновывать необходимость внесения соответствующих изменений. Рассказывать, какую пользу они принесут каждой конкретной аудитории: работникам СТО, легальным продавцам запчастей, автовладельцам.

Сначала надо доказать людям, не несколько тысяч - а сотням тысяч и даже миллионам, что изменения в сфере импорта запчастей им нужны. Что лично их жизнь станет от этого лучше. А уже потом выходит на законодателей со сформулированными предложениями и видимой народной поддержкой. И осуществляют широкое информационное сопровождение всего процесса: детально объясняют каждый шаг и этап рассмотрения и согласования в комитетах ВР, чтобы позитивное голосование в зале стало неизбежным итогом, а не возможностью раз и надолго дать «от ворот поворот».

Механизмы такого влияния на органы власти уже отработаны и опробованы с полным успехом в Украине на примере принятия законопроекта #4496 «Про спрощення експорту послуг». С использованием социальных сетей, как одного из важнейших на сегодня каналов персонализированных коммуникаций, наряду с широким освещением на профильных ресурсах и в СМИ, и в сочетании с реальными акциями, финансируемыми за счет добровольных взносов всех тех, кому изменения принесут пользу - вот рецепт успеха. И очевидно, если число заинтересованных исчисляется многими тысячами - даже минимальные взносы могут складываться в большие суммы.

Таким образом, до сегодня у нас было многое: профильная ассоциация, определенные цели и проблемы, понятные способы их достижения и урегулирования в законодательном поле. Есть эксперты, готовые помочь в разработке законопроектов, и законодатели, которые, в принципе, не против помочь отрасли. А теперь у нас есть все, поскольку наметился реальный механизм создания у власти главного недостающего элемента нашего успеха - мотивации. Обращаясь к власти голосами миллионов их избирателей, осознавших связь собственного благополучия и безопасности на дороге к цивилизованным рынкам запчастей, мы сможем достичь того результата, ради которого и создавалась АИДА. ■

## Микола Кондратець

директор департаменту дистрибуції запчастин, шин та олів: ТОВ «Омега-Автопоставка»:

- "Омега-Автопоставка" приєдналася до Асоціації імпортерів і дистриб'юторів автокомпонентів в минулому році, бо ми впевнені, що необхідність створення дієвої асоціації для учасників ринку - імпортерів і дистриб'юторів, беззаперечна. Наявність такої організації продиктована умовами ринку, які від самого початку є непридатні для ефективної роботи компаній у цій галузі, прогалини у її нормативно-правовому полі перешкоджають розвитку нашого бізнесу, а в першу чергу заважає засилля на українському ринку товарів, які надійшли в господарчий обіг з порушенням митних правил.

Представники нашої компанії регулярно беруть участь в круглих столах асоціації, яка, вважаємо, плановірно рухається вперед, розробляючи стратегію на майбутнє, виявляючи проблеми в галузі і розглядаючи насушливі питання в законодавчій сфері.

Наша компанія дивиться в майбутнє зі стриманим оптимізмом і надією, що за допомогою АИДА проблеми галузі вирішуватимуться результативно.



Сподіваємося, що в подальшому партнерське об'єднання підприємств щодо захисту інтересів галузі стане ще більш масштабним та дасть імпульс до відчутних змін в бізнес-сфері. Здолати такі перешкоди кожному з нас окремо є неможливим, ці питання відносяться до розряду загальнодержавних, і їх вирішення потребує наших спільних зусиль.

## Денис Салов

руководитель направления автомобильного освещения в Украине, Молдове, Центральной Азии и Кавказе Philips Automotive Lighting:

- В целом работа отраслевой ассоциации очень важна и должна быть направлена на решение тех проблем, с которыми сталкиваются импортеры, лоббировать интересы этой отрасли на уровне государства.

Если говорить о некоторых вопросах, в решении которых заинтересованы производители, то хотелось бы отметить проблему фискализации. Несмотря на то, что тренд в отрасли идет в сторону обеления рынка, по крайней мере, крупные игроки уже работают цивилизованно, те же СТО покупают часто за наличку. Конечный клиент - владелец автомобиля, сегодня еще в основе своей не требует кассовый чек на товар, лишая при этом себя гарантии от производителя. А это проблема и производителя в том числе. Мы не можем предоставить конечному покупателю весь спектр сервиса без кассового чека - это негативно сказывается на имидже марки.

Шанс завода подделок при неконтролируемом импорте резко возрастает, что наносит еще один ощути-



мый удар по имиджу бренда. Торговые марки, т.е. зарубежные производители, крайне заинтересованы в "белом" рынке.

Важно, чтобы все участники рынка понимали, что они хотят получить на выходе. Кроме сборов для обсуждения вопросов АИДА должна создать команду, чтобы обсужденные на встречах наработки эффективно воплощать в действие.

Philips вступит в ассоциацию, когда руководство АИДА предоставит четкий план действий с оговоренной ответственностью исполнителей и временными рамками.

## Олександр Пеклін

директор компанії  
«Трансхолод», офіційного  
представника Carrier в Україні:

- В роботі нашої компанії абсолютно відсутні «чорні», «сірі» та інші протиправні схеми, на зразок штучного заниження інвойсної ціни імпорту і т. ін. Ми працюємо виключно за прямими контрактами, не беремо участі у корупційних схемах, не платимо «відкатів», і з цього приводу у мене є навіть особисте письмове зобов'язання перед Carrier про те, що я зобов'язуюся працювати виключно в чинному законодавчому полі. Через такий підхід ми, так само, мабуть, як і ви, шановні колеги, часто втрачаємо вигідні контракти.

Але двері українського внутрішнього ринку все ширше відкриваються для потоку нерозмитнених товарів. Вони мандрують до нас через «малий прикордонний рух», через неконтрольо-



вані кордони, і навіть через митниці (мова йде про занижені інвойсні ціни). Це руйнує вітчизняне виробництво, офіційний бізнес, який сплачує всі податки, збори (у т.ч. й військовий), ак-

цизи, оренди, будує підприємства, забезпечує робочі місця. В сфері такої діяльності, на відміну від нашої, абсолютно відсутні облік, звітність і відповідальність.

А мито і податки хто буде платити - тільки ми?

В результаті легальні підприємства змушені працювати в умовах нечесної, протиправної конкуренції, зазнають невиправданих збитків, а інвестиції у вітчизняне виробництво стають неефективними. При цьому весь соціальний тягар держави (будівництво і утримання лікарень, шкіл, закладів соціального захисту, пенсійне забезпечення, утримання армії, правоохоронних органів і т. ін.) лягає на плечі платників податків, лівову частку яких забезпечує саме легальний і прозорий бізнес.

Боротися з такими явищами можна тільки спільними зусиллями, об'єднавшись в асоціацію. Але спочатку треба домовитися між собою щодо правил роботи, і реагування на дії їх порушників.



## Геннадій Кривошея

народний депутат України, голова підкомітету з питань підприємництва та технічного регулювання Комітету Верховної Ради України з питань промислової політики та підприємництва

- Шановний Геннадію Григоровичу, компанії-імпортери, які працюють в сфері автомобільних товарів, стурбовані станом справ на цьому ринку. Але схоже на те, що держава зовсім не приділяє уваги цьому сектору економіки...

- Найперше я хотів би зазначити, що, на відміну від автомобільного, системні проблеми ринку автозапчастин чомусь не належать до числа тих, які широко обговорюються в суспільстві. Власне, вони не обговорюються взагалі, і найкраще про них відомо, очевидно, тільки учасникам цього ринку. Це тим більше дивно, тому що податки і збори з імпорту автозапчастин та інших товарів є важливим джерелом надходжень до державного бюджету. Якщо на сьогоднішній день у нас в Україні є 9,5 млн. автомобілів, і кожен щороку «споживає» запчастин, шин, масел та автофарб в середньому, наприклад, хоча б на 5 тис. грн. А офіційний ринок показує тільки половину цієї суми. Мова йде про мільярдні обороти, з яких держава не отримує податків!

Якщо в цій сфері є резерви для бюджетних надходжень (а вони, безумовно, є), то цим питанням повинні зайнятися і громадські організації, і органи державної влади, як законодавчої, так і виконавчої. Адже бізнес у сфері імпорту автозапчастин також пов'язаний і з безпекою руху, і з вирішенням проблем зайнятості населення, і зміцненням матеріально-технічної бази автотранспортної галузі України, і безліччю інших економічних, соціальних і суто технічних питань.

Тому, якщо в цій сфері є системні проблеми, що перешкоджають розвитку такого бізнесу і наповненню держбюджету, на них повинно бути реагування.

**- Але для реагування з боку органів державної влади необхідно спершу проаналізувати ситуацію, зібрати інформацію, виявити системні проблеми...**

- Покладатися на оцінку подібних явищ, наприклад, тільки органами виконавчої влади було б не зовсім обачно. По-перше, так оцінка буде щонайменше односторонньою, вона може бути упередженою, або й просто бюрократичною.

В цивілізованому суспільстві головною рушійною силою прийняття рішень на державному рівні є громадськість. Зазвичай проблематику формують, обґрунтовують і «озвучують» зацікавлені особи. Якщо ці особи об'єднані законною організаційно-правовою формою - наприклад, в асоціацію, це вже голос громади, який звучатиме тим гучніше, чим ширшими є верстви, які ця асоціація представляє.

Інформаційний простір в Україні дуже великий, і наповнити його серйозними питаннями - через газети, журнали, телебачення, соціальні мережі, на сьогоднішній день не є проблемою. Але, підкреслюю, висвітлення проблематики в сфері імпорту автозапчастин в ЗМІ практично відсутнє. Проте саме таке інформаційне забезпечення є найважливішим аргументом на користь соціальної значущості проблеми, якою хоч-не-хоч, влада повинна зайнятися.

## Андрей Святный

директор представительства ZF Friedrichshafen AG в Украине:

- Учитывая то, что ожидается большой интерес со стороны многих новых для ассоциации игроков рынка, можно констатировать тот факт, что есть определенный бизнес-запрос на улучшение нынешней ситуации в нашей области. Я считаю, что в независимости от того, в каком русле пройдет данное мероприятие, рынок созрел для объединения усилий, обмена и учета опыта.

Нужно определиться с адекватным количеством главных задач перед ассоциацией - не более трех, мне кажется, на срок выполнения до трех лет. Положительно, на мой взгляд, может повлиять расширение ассоциации компаниями из шинного, масляного или бизнеса поставок оборудования.

Три основных проблемы отрасли? Эти проблемы у всех одни: контрабанда, контрафакт, давление со стороны государственных контролирующих органов. С по-

следней бороться сложнее всего. Проблема ущемления бизнеса со стороны государства в Украине актуальна для любого рода деятельности.

Первоочередные задачи, которые может поставить перед собой АИДА - борьба с контрабандой и подделками.

И если с первым сложнее, то со вторым проще. Это - бизнес-решение владельца компании - не покупать сомнительного происхождения «оригинал» по бросовой цене! «Распродажи», «ликвидации» - компания не поддается подобным провокациям! Закупаем товар только напрямую с завода, либо у его прямых импортеров, на этом точка. Если все будут поступать так же - будет меньше спроса и, соответственно, предложения контрафакта.

Очень важным моментом является вопрос с патентами. Импорт каждого игрока на нашем рынке может быть в любой момент нарушен. Если АИДА будет правильно вещать о данной проблеме, к этому движению могут присоединиться и игроки других сфер деятельности, не имеющие подобных организаций, но имеющие те же



проблемы. С другой стороны, в Украине уже есть организации, движущиеся в направлении решения данной проблемы, и АИДА могла бы усилить их позиции и форсировать развитие событий.

### - Чи можна цей процес якимось пришвидшити, активізувати?

- Зараз такі можливості у громадськості є. На першому етапі слід чітко визначити, на якому рівні державної влади може бути вирішений той чи інший комплекс проблем. Це можна зробити, наприклад, шляхом відповідних письмових запитів, проведення круглих столів із запрошенням якомога ширшого кола зацікавлених осіб, як з боку громадськості, так і влади - знову ж таки, з висвітленням цих подій у ЗМІ. А вже інструментарій державної влади доволі широкий - від листів і наказів профільних міністерств, до Постанов Кабміну і Законів України, прийнятих Верховною Радою, і яка з цих ланок буде компетентною для вирішення того чи іншого питання, краще визначити відразу.

### - Як правильно діяти, якщо проблема потребує вирішення, наприклад, на законодавчому рівні?

- Щодо Верховної Ради України, то в переважній більшості випадків, на практиці розгляд громадських ініціатив відбувається наступним чином.

Наприклад, якимось громадське об'єднання, асоціація, чи група асоціацій, звертається до ВР з пропозицією про прийняття нового закону, чи внесення змін до вже існуючих. Якщо мова йде про новий закон, то процедура його проходження у ВР доволі тривала, а якщо йдеться про якісь зміни в чинному законодавстві, то вони можуть ініціюватися й окремим депутатом. В таких випадках ми вивчаємо пропозицію, її обґрунтованість, перевіряємо фактичність даних, і якщо бачимо проблематику, можемо організувати її обговорення у фахових ЗМІ, за «круглим столом», запросивши ініціаторів законопроекту, інших зацікавлених осіб, представників виконавчої влади тощо. За результатами таких обговорень народний депутат, як представник законодавчого органу, вправі подати запропоновані і доопрацьовані ініціативи асоціацій у вигляді законопроекту на розгляд Верховної Ради України.

Треба враховувати, що чим ширшим буде коло авторів ініціативи, тим більше шансів у законопроекті бути прийнятим. А вже навіть в одній і тій же сфері діяльності може бути кілька асоціацій, інтереси яких бувають різноплановими. Тому, перш ніж виходити з пропозиціями, їх ініціатори повинні дійти згоди між собою. І не тільки щодо приватних інтересів своїх учасників, а й держави, і діяти не від свого імені кожний окремо, а через спільний оргкомітет. Тоді ніхто не буде звинувачувати Верховну Раду в корупції або лобіюванні чийось інтересів (такі випадки, до речі, бували).

В цьому плані роль ЗМІ теж є виключно важливою.

Аргументованість і ретельність опрацювання ініціативи теж має велике значення. Потужність секретаріату і помічників народного депутата не безмежна, а обсяги законодавчої роботи у Верховній Раді дуже великі. Чим більше ініціатори законопроекту візьмуть на себе роботи по його обґрунтуванню і лаконічності, тим більше ресурсу залишиться у депутата для його просування і запуску процедури прийняття - винесення на порядок денний, в разі необхідності - узгодження з іншими профільними комітетами, і т. ін.

Тактику подання проекту законодавчої ініціативи теж слід продумати заздалегідь.

Наприклад, вона надходить до нашого підкомітету з питань підприємництва і технічного регулювання. Ми бачимо, що вона стосується, наприклад, застосування в ремонтній чи автосервісній сфері контрафактних запчастин чи деталей з невідомим походженням, що призводить до порушення технічних стандартів, загрожує безпеці руху. Це - наша компетенція, і ми таке питання будемо розглядати. Якщо його вирішення пов'язане з необхідністю внесення змін у податкове, митне чи, наприклад, патентне законодавство, ми узгоджуємо свій законопроект з іншими профільними комітетами Верховної Ради.

Але якщо в ініціативі чільною може бути заявлена, наприклад, проблема надходження в Україну нерозмитнених товарів, тоді ініціатива потрапить на розгляд іншого комітету, який готуватиме законопроект, і узгоджуватиме з нами нюанси щодо технічного регулювання.

Тому пріоритети ініціативи теж краще визначити заздалегідь, на рівні оргкомітету асоціацій, на круглих столах і тому подібних заходах.

### - Навіть на даному етапі вже є очевидним, що багато проблем ринку автозапчастин виходять далеко за межі його інтересів. А вже під категорію «імпортні товари» підпадають не тільки автотовари, а й інші товари народного вжитку - словом, все, що завозиться до України з-за кордону. І проблеми у всіх фактично однакові...

- Щодо проблематики ринку автотоварів, то вона, безумовно, є важливою і сама по собі, бо пов'язана з безпекою дорожнього руху, і перетинається з іншими проблемами сфери імпорту взагалі. Це посилює актуальність питання. Висновок очевидний - шукайте спільників і однодумців не тільки у своїй сфері діяльності! А далі зрушення процесів для врегулювання тих чи інших питань багато в чому залежатиме саме від вас, шановні бізнесмени.

# ВВАІД. Шлях до лідерства

Мабуть, для будь-якої громадської організації буде корисним досвід однієї з найпотужніших в Україні асоціацій - Всеукраїнської асоціації автомобільних імпортерів та дилерів. Цим досвідом з нами поділиться її генеральний директор Олег Назаренко.

## **- Олег Юрійович, лідерство вашої асоціації засвідчене, можна сказати, публічно...**

- Так, одне з економічних видань, журнал «Деньги», за результатами проведеного ним журналістського опитування за такими категоріями як вплив на адміністрацію Президента України, Верховну Раду, Кабінет Міністрів, лояльність до ЗМІ, лояльність до своїх учасників і політичну незаангажованість визнав нас абсолютним переможцем серед інших асоціацій. Ми обійшли і Український банк, і Союз металургів, і навіть УСПП - щоправда, лише в категорії політичної незаангажованості. Інші оцінки у нас однакові.

## **- Як відбувалося становлення ВВАІД?**

- Наша асоціація була утворена в 1999 р. і налічувала 12 компаній-учасниць. У зверненнях асоціації спочатку доводилося вказувати, від чийого імені виступає асоціація і перелічувати всіх учасників. Але потім їх кількість сягла сотні, потім двохсот, а на сьогодні вона представляє інтереси 628 своїх компаній-учасників, які, зокрема, створили в Україні 84 тис. робочих місць. Щодо податків, у 2008-у році в Україні було продано 623 тис. нових автомобілів, Україна посіла сьоме місце в світі за обсягами таких продаж, і 1-е місце - за їх динамікою. З цього приводу мені навіть довелося представляти нашу асоціацію на найпрестижнішому автофорумі країн Центральної і Східної Європи, де мою доповідь уважно слухали керівники провідних світових автозаводів, і навіть такі особи, як Збігнев Бжезінський і экс-президент Польщі Олександр Кваснєвський.

Крім того, на думку посадовців, з нашою асоціацією їм працювати набагато простіше, ніж з асоціаціями в інших галузях, де їх може бути кілька, кожна під впливом великого учасника-лідера, і з власними інтересами і пріоритетами, з якими незгодні інші асоціації цієї галузі. Така ситуація спостерігається, наприклад, у сфері будівництва, мобільного зв'язку, банківського бізнесу, страхового та ін. В результаті їхні дії часто неузгоджені і суперечливі, що ускладнює проблему облаштування роботи галузі в цілому. Владі в таких умовах важко зорієнтуватися серед подібних суперечностей.

В нашій галузі, імпорту автомобілів, нічого подібного немає. Ми захищаємо інтереси галузі, а не окремо якоїсь групи наших учасників. Крім того, ми відгородилися від корупційних схем лобювання наших інтересів чиновниками. Наші імпортери - це представники іноземних фірм, а



та і мови не може бути про якісь «накладні витрати» і «матеріальні заохочення», не передбачені законом. Така наша репутація формувалася не один день, але тепер вона працює на нас, і допомагає нам крок за кроком спрощувати наш бізнес.

## **- Отже, посадовцям працювати з вами комфортно. А вам з ними?**

- Упродовж тривалої і ефективної роботи асоціації напружувалися ділові зв'язки, у профільних міністерствах і відомствах на наших очах відбувся кар'єрний ріст багатьох фахівців, яких ми давно знаємо по спільній роботі, і серед яких у нас є чимало однодумців. З ними нам набагато простіше співпрацювати, тому що вони добре знають проблематику нашої галузі, їм не треба пояснювати елементарні речі.

## **- Можете зазначити знакові успіхи ВВАІД?**

- Зусиллями нашої асоціації свого часу вдалося домогтися зменшення ввізного мита на імпортні автомобілі з 25 до 10%, і щороку цей показник зменшуватиметься ще на 1%. До наших успіхів слід віднести скасування спеціального мита, утилізаційного і транспортного зборів (для цього, до речі, довелося мітингувати і під Кабміном, і під Верховною Радою). Це взагалі унікальний приклад для країн СНД, коли законодавча влада після підвищення податків була змушена знову їх знизити під тиском протестних акцій громадськості.

До цього переліку також слід віднести скасування но-

таріально завірених доручень на право керування автомобілем разом з тимчасовими реєстраційними талонами та впровадження європейської практики в цій сфері, реформування корупційної системи технічних оглядів транспортних засобів (для вирішення цього питання треба було долати просто шалений опір МВС, так що мені довелося вести перемовини навіть з Президентом України).

#### **- Це були ініціатива ВААІД?**

- Не тільки. Після створення Ради автомобілістів при КМУ, яку очолила прем'єр-міністр Юлія Тимошенко, я став її заступником, і в програмі дій цієї Ради були прописані, зокрема, заборона евакуаторів, скасування техоглядів, доручень, медичних довідок, тимчасових реєстраційних талонів, транспортного збору з перенесенням його в акциз на бензин. Багато питань вдалося вирішити відразу, деякі - згодом. МВС чинило просто відчайдушний опір.

#### **- В Україні ціни на автомобілі нижчі, ніж в РФ. Це пов'язано з податковою політикою нашої держави?**

- Ні. На різних ринках виробники встановлюють різні ціни на свої вироби. Наприклад, відпускні ціни на одні й ті ж автомобілі в РФ нижчі, ніж в Україні, а в Україні вони нижчі, ніж, наприклад, у Франції. Така цінова політика часто буває спричинена бажанням заводу залишитися або закріпитися на певному ринку. Вони бувають готові демпінгувати, торгувати навіть нижче собівартості, розраховуючи потім заробити на запасних частинах. Крім того, в РФ є автозаводи, у т.ч. з виробництва світових брендів (за винятком Mercedes, Subaru, Suzuki і Honda, та преміум-авто на зразок Ferrari). Власний продукт не обкладається ні митом, ні акцизом, робоча сила дешевша, тому дешевший і продукт. Через це й інші бренди змушені знижувати ціни, аби втриматися на цьому ринку. Та й партії автомобілів до РФ поставляються великі. А от у Франції навіть автомобілі власного виробництва Peugeot чи Citroen дорожчі, ніж вони продаються в Україні з усіма податками. Skoda, наприклад, в Німеччині коштує дорожче, ніж у нас.

#### **- Чим пояснюються низькі ціни на автомобілі в США?**

- Найперше - жорсткою конкуренцією між Toyota і GM. Прибуток вони також отримують не на продажу автомобілів, а за рахунок автозапчастин. Але треба мати на увазі, що в США встановлення на автомобіль контрафактних або б/у запчастин є порушенням умов договорів страхування, і в таких випадках ні на які виплати за цими договорами розраховувати не доводиться.

#### **- А як справи з контрафактом чи нелегальним завезенням запчастин у наших сусідів - наприклад, в РФ?**

- В РФ такого явища практично не спостерігається через жорсткість державної системи. Майже все завозиться легально.

#### **- Що слід би було зробити для посилення ролі асоціацій, зокрема - імпортерів запчастин, в процесах приведення до тями їхнього ринку?**

- Це питання слід розглядати у взаємозв'язку з іншими ринками в сфері автомобільного транспорту, а може, й набагато ширше, оскільки мова йде про речі принципів. У громадських організацій повинні бути важелі впливу, такі, як мала Рада автомобілістів при КМУ. До неї входили представники громадськості а також керівники всіх відповідних профільних міністерств, зокрема, МВС, Держ-

митслужби, ДПА, міністр транспорту. Азаров потім цю Раду розпустив, але доти, доки вона працювала, зробити вдалося багато. По-перше, її очолював особисто прем'єр-міністр, а представник ради - тобто я, як його заступник, мав право бути присутнім на засіданнях КМУ з правом дорадчого голосу. По-друге, на засіданнях урядових комітетів я теж мав право бути присутнім. Це дозволяло опрацьовувати важливі питання набагато оперативніше і глибше, ніж це робиться зараз. Свого часу на засіданнях цих комітетів нам вдалося заблокувати багато нормативних актів, які могли заподіяти шкоду і державі, і автобізнесу. Ми мали доступ до проектів нормативних документів, знали, які опрацьовуються постанови і законопроекти, і завчасно могли вжити контрзаходів. На сьогодні бізнес не знає, що відбувається на урядових комітетах, і підприємців зазвичай ставлять вже перед фактом. Це негативна і неконструктивна практика.

#### **- А інші ради, на зразок Ради автомобілістів, при Кабміні були?**

- Так, були, і що цікаво, саме Рада імпортерів. Вона була утворена навіть раніше Ради автомобілістів. Я теж був її учасником і засвідчую, що там ефективно і дуже оперативно вирішувалося багато питань. Наприклад, імпортери при купівлі в банку валюти повинні були щоразу надавати листа від державної податкової міліції про відсутність з її боку зауважень про роботу цього імпортера. Уявляєте, яким масивним був цей паперовий вал? На засіданні ради я запропонував змінити цей порядок. Якщо у податківців є претензії до імпортера, нехай вона сама ставить про це до відома банк. Начальник податкової поліції спочатку дуже опирався, потім попросив три місяці для впровадження цієї новації, але натомість отримав від прем'єр-міністра розпорядження владнати все до кінця робочого дня.

На жаль, Рада імпортерів при КМУ теж була розпущена Азаровим. Для українського бізнесу це серйозна втрата. Бажано її відновити. Ми пробували, але нам відповідають, що буде створюватися нова бізнес-рада при КМУ, що є Рада підприємців при КМУ... Але вона не збиралася вже упродовж року. Про яке ефективне співробітництво з КМУ можна говорити в такому випадку?

Є також громадські ради при міністерствах, але колишні Ради при Кабміні мали потужніший вплив на формування нормативно-правової бази бізнесу.

#### **- Який шлях подолання реалізації в Україні товарів, завезених з порушенням митних правил, Ви вважаєте найефективнішим?**

- Нерозмитнені товари - це прямі, і дуже великі збитки для держави. Зусиллями одних тільки громадських організацій з подібними явищами справитися буде дуже важко, а валити все на одних тільки митників не зовсім правильно. Слід звернути увагу й на податківців, які повинні виконувати свою роботу, і перевіряти, де ти взяв запчастину, якою торгуєш, і чи є декларація про її розмитнення. Але справа в даному випадку стосується не тільки запчастин. В Україну надходить дуже багато нерозмитнених товарів, які реалізуються не тільки на ринку, а навіть через великі магазини.

До речі, в Україні й досі існують фірми, які мають офіційне право на виробництво в Україні таких марок автомобілів, як Audi, Mercedes, BMW із «капітально відремонтованих запчастин, закуплених у населення»! Є очевидним, що це просто одна із схем завезення в Україну нерозмитнених автомобілів. Дуже характерний приклад, чи не так?

Підготував **Сергій Пархомов**

# Асоціації імпортерів: біля витоків формування державного бюджету

Українська громада, хоч повільно і з певною пересторогою, але все ж починає усвідомлювати, що громадські організації та бізнес-асоціації є ефективним важелем протидії утискам держави, яка за своєю природою просто не може діяти інакше, ніж вона діє фактично - не тільки в Україні, а скрізь. Це стосується і країн Євросоюзу, і РФ, і США, і КНДР. Відмінність у тому, що в одних країнах громада навчилася скидати диктаторів і обмежувати сваволю своїх політичних обранців, а в інших - ні. На Заході громадські об'єднання давно перетворилися в партнерів своєї держави, могутніх опонентів і контролерів бюрократії, а в Україні цей процес тільки набирає оберти. Він є об'єктивним явищем, зупинити його нікому не вдасться, і мова йде хіба що про те, як його активізувати в інтересах суспільства і бізнесу.

В межах проекту інформаційного забезпечення активізації діяльності Асоціації імпортерів і дистриб'юторів автокомпонентів (АІДА), журнал autoExpert пропонує до уваги читачів бесіду з очільником іншої бізнес-асоціації, Юрієм Пероганичем, генеральним директором Асоціації підприємств інформаційних технологій (АПІТУ), спорідненої за суттю своєї діяльності з АІДА. Спільним для обох асоціацій є те, що вони об'єднують імпортерів, які хоч і діють у різних сегментах ринку, але проблеми мають фактично однакові.

## Сто мільярдів причин неефективності економіки

Необхідність утворення і діяльності бізнес-асоціацій у сфер імпорту в Україні дала про себе знати внаслідок цілого ряду негативних явищ, які руйнували і продовжують руйнувати бізнес і економіку України.

Для предметності бесіди слід визначити головні «опорні точки» ситуації в сфері ІТ-імпорту взагалі, і в стратегії діяльності нашої Асоціації - зокрема. Не буде нічого дивного, якщо ці «опорні точки» виявляться спільними для ситуацій в інших сегментах імпорту - наприклад, запасних частин до автомобілів, різноманітних комплектуючих, автогуми, олив, технічних рідин тощо.

Щодо ІТ-імпорту, то він теж неоднорідний. В принципі, його можна розділити на два головні потоки: один - імпорт програмного забезпечення, і другий - імпорт «заліза», тобто ІТ-товарів і комплектуючих, побутової електроніки (телевізорів, холодильників, пральних машин) і т. ін., чим, власне, і займаються члени АПІТУ.



Що ж означає для держави сфера нашої діяльності, а також діяльності наших колег -інших імпортерів?

Якщо брати загалом, надходження від податків до бюджету України в поточному році заплановані в сумі 501 млрд. грн. Понад третину від цієї суми, тобто близько 170 млрд. грн., складає ПДВ на імпорт. Якщо до цієї суми додати митні збори і акциз, ми побачимо, що майже половина державного бюджету - 45%, формується за рахунок імпортерів.

В сфері діяльності учасників нашої асоціації обсяг ринку складає не мало не багато, а близько 50 млрд. грн. Ми підрахували, що з такого обороту держава повинна була б мати тільки з одного ПДВ близько 10 млрд. грн. надходжень. Але фактично отримує до 7 млрд. грн., тобто набагато менше. Іншими словами, в сфері нашої діяльності близько третини імпорту в Україні не проходить митного оформлення, або оформлюється за заниженими цінами.

За нашими підрахунками, якщо до цієї суми в три млрд. грн. недоотриманих державою надходжень додати аналогічні суми з реального імпорту їжі, взуття, косметики, одягу, парфумерії тощо, тобто весь інший імпорт, то загаль-

на сума надходжень до бюджету повинна була б збільшитися збільшитися із 170 млрд. грн. до 270 млрд., тобто на 100 млрд. грн. Уряд дає оцінки набагато обережніші, близько 50 млрд. Але є обґрунтовані оцінки й на суму 120 млрд. В будь-якому випадку це дуже великі кошти. Точну оцінку дати важко, оскільки невідомо, скільки товарів перетинає кордони нашої держави без митного оформлення.

Щодо членів АПІТУ (втім, як і для всіх інших імпортерів), перш за все це означає наявність не рівної конкуренції. На ринок України надходить велика кількість товару (у тому числі й сумнівної якості), вартість якого, через його імпорт із порушенням митних правил і ухиленням від сплати митних платежів і податків, на 15-20% менша, ніж вартість легально імпортованого товару, який завозять і пропонують споживачам члени АПІТУ. Через це ринок руйнується, і стає проблематичним для легального бізнесу.

## Невлімові «піджаки»

Які методи практикуються для завезення на територію України товарів з порушенням митних правил і сплати відповідних коштів?

Найперше ми маємо проблеми з «малим прикордонним рухом». При перетині кордону приватна особа може без декларування завозити в Україну товарів на суму 500 євро щодня. Такий законодавчий лібералізм призвів до того, що на три десятки кілометрів від кордону вглиб нашої території ніхто нічого не сіє і не оре, оскільки займатися переміщенням товарів без митного оформлення набагато вигідніше. Мешканці прикордонних сіл здійснюють такі «операції» на автомобілях, пішки або на велосипедах, щодня здійснюючи візити до своїх закордонних подільників. На слензі митників таких «носіїв» називають «піджаками» або «мурахами», і в існуючому правовому полі притягнути їх до відповідальності за порушення митних правил не можна.

Другим джерелом надходження в Україну товарів без митного оформлення є поштою експрес-відправки. Сьогодні можна безперешкодно, тобто без розмитнення і сплати ПДВ, отримувати поштою товарів на суму до 150 євро. При цьому специфічні схеми теж існують. Надсилається, наприклад, маршрутизатор за 2 тис. доларів, а декларується як 100-доларовий «підсилювач звуку».

Для довідки: в минулому році в Україну надійшло понад 19 млн. посилок. В поточному році їх очікується удвічі більше.

У Європі в цій сфері підходи інші. Якщо вартість товару в посилці перевищує 22 євро - платиш ПДВ, якщо перевищує 150 євро - також платиш мито. Без сплати ПДВ можна отримувати подарунки на суму до 45 євро. Якщо ця сума складе 50 євро, необхідно сплатити ПДВ (20-25% залежно від країни) при її отриманні.

До вищевикладеного слід додати, що навіть при митному оформленні існує безліч прийомів зниження розмірів митних платежів - наприклад, коли обігрівачі для «Мерседесів» розмитнюються як значно дешевші котли для опалювання. У сфері IT-комплектуючих подібні явища теж дуже масштабні. І не слід забувати, що довжина кордонів України складає близько 7 тис. км, а митників у нашій державі - 14 тисяч, по одному на кожні півкілометра кордону. Крім того, митники оглядають не більше 5% товарів, що завозяться в Україну. На більше вони фізично неспроможні.

Іншими словами, обійти митне оформлення при завезенні товарів в Україну - не проблема.

Тому на сьогоднішній день підрхувати збитки держави від надходження на її територію товарів, завезених з порушенням митних правил, можна лише методами експертизи. І хоч вони дають багатомільярдні розбіжності, мова все одно йде про дуже великі суми, здатні вирішувати стратегічні проблеми держави. Але цей ресурс знаходиться в глибокій тіні.

Збитки компаній - легальних імпортерів теж підрхувати непросто, але вони є, і дуже великі.

## Ризики «тіні» і «світла»

Питання про те, чому компанії-імпортери прагнуть працювати в правовому полі, є доволі непростим. «Тіньові» методи бізнесу дійсно дають чималий зиск, але вони непридатні на довгострокову перспективу. Потрапивши з часом під яку-небудь правоохоронну «акцію», можна одночасно втратити не тільки «тіньові» прибутки, а й весь легальний бізнес. А серед учасників нашої асоціації є й компанії з мільярдними оборотами і сотнями працівників. Їм таких ризиків не треба. Але, відмовившись від «тіньових» схем, вони завідомо потрапляють під демпінговий прес найрізноманітніших конкурентів, від «піджаків» і «поштарів» до митних корупціонерів.

Тому головним завданням нашої асоціації на сьогоднішній день є «відбілення» імпорту держави. Справа реально зрушила з місця десь посередині 2014-го року.

Процес виходу компаній з тіні поступовий, але дуже потужний, і він поширюється, зокрема, і завдяки роботі, яку проводить наша асоціація. Вона здійснюється за кількома напрямками.

По-перше, ми беремо активну участь у формуванні нормативно-правової бази нашої діяльності, у т.ч. й у законотворчих процесах. Так, після ретельного вивчення ситуації, а також ознайомлення з європейськими методами боротьби з негативним впливом потоків нерозмитнених товарів на легальний бізнес і державну економіку, для нас стало очевидним, що припинити надходження нерозмитнених товарів через кордон неможливо, і єдиним виходом є тотальна фіскалізація торговельних операцій. Іншими словами, як це не парадоксально звучить, ситуація потребує не посилення митного контролю на кордонах, а зміни правил торгівлі і оподаткування всередині країни. До тих пір, доки в країні можна безперешкодно продавати товари, завезені без митного оформлення або з порушенням митних правил, зупинити ці порушення на кордоні неможливо.

Не можна і не треба забороняти людині завозити з-за кордону товари для своїх потреб у розмірах, передбачених законом. Але якщо ці товари потім надходять у торговельну мережу, і з'являються на полицях якого-небудь ФОП, то саме продавець, а не «піджак» є порушником митних правил. Саме фізичні особи-підприємці і є реалізаторами більшості (99%) товарів, що надходять в Україну з порушенням митних правил. Тим більше, що фактичні обороти їхньої торгівлі набагато перевищують дозволені обсяги. Але ефективний контроль за такими торговельними операціями в нинішніх умовах неможливий через відсутність обов'язковості роботи ФОП з реєстраторами розрахункових операцій. І річ не в тім, що хтось продав на ринку нерозмитнені штани, а в тому, що така торгівля стала дуже масштабною, системною, а тіньові бізнесові структури використовують лібералізацію національного законодавства в сфері малого прикордонного руху і поштових відправлень не за призначенням (про корупцію на митницях поки що не говоримо). І приватний підприємець повинен пояснити податківцям і правоохоронцям, на якій підставі він випускає в господарчий обіг держави імпортовані товари, які не проходили митного оформлення, і де він їх взяв.

Тому в основі будь-яких офіційних торговельних операцій з імпортом, які здійснюються на території України, повинен бути облік і касовий чек.

В даному випадку мова йде про загальноєвропейську практику, хоча там відповідальність за законність торговельних операцій покладається не тільки на продавця, а й на покупця. Наприклад, в Італії законодавство надає податківцю право витребувати у покупця чек на товар. Такий чек, хоч

би й на придбання пачки морозива, покупець зобов'язаний зберігати певний час. За його відсутність покупця можуть оштрафувати.

В Грузії пішли іншим, доволі дотепним шляхом - кожний чек має код, і цей номер розігрується в лотерею. Призи цінні, так що покупці самі вимагають чеки, і зберігають їх.

Крім того, у громадян, у т.ч. і в Україні, є розуміння необхідності наповнення бюджету - адже як інакше утримувати лікарні, навчати дітей у садках і школах, будувати дороги, забезпечувати оборону тощо.

Держава в таких питаннях дуже інертна, тому ініціювати їх вирішення можуть і повинні бізнес-асоціації, що об'єднують зацікавлені підприємства.

## Методом діалогу

Асоціація - це організаційно-правова форма за законом, і ми є посередниками між державою і ринком. Одну компанію ніхто не почує. А з їх об'єднанням хоч-не-хоч треба рахуватися. І якщо таке об'єднання свої пропозиції підкріплює системним аналізом ситуації, перевіреними цифрами і обґрунтованими даними, то народним депутатам чи урядовцям ухилитися від прийняття необхідних рішень буває непросто.

Але до діалогу їх ще треба залучити. Методики такого співробітництва нами теж напрацьовуються. Так, 15 серпня минулого року АПІТУ спільно з Асоціацією українських імпортерів побутової електроніки (АУІПЕ), підписала меморандум про співробітництво з ДФСУ, яким передбачена спільна робота над такими питаннями, як, наприклад, забезпечення сплати в повному обсязі митних платежів до Державного бюджету, ефективна протидія ввезенню та реалізації на внутрішньому ринку України контрафактних товарів, узгодження спільних заходів протидії корупції тощо.

За цим меморандумом Асоціації, зі свого боку, зобов'язалися, зокрема, інформувати Службу щодо своєї підозри про факти або наміри протиправного переміщення товарів через митний кордон України, про факти порушення посадовими особами Служби процедури митного контролю, про обсяги реалізації на внутрішньому ринку України імпортованих товарів, і, що дуже важливо, про рівень дійсних (документально підтверджених) та економічно обґрунтованих цін на такі товари.

ДФСУ, зі свого боку, зобов'язалася, зокрема, забезпечити залучення обох Асоціацій до розробки законодавчих та нормативно-правових актів, які впливають на функціонування ринку ІТ, та інформувати їх про факти протидії незаконному переміщенню товарів через митний кордон України.

Звісно, зміст Меморандуму набагато ширший, але головною для нас є можливість брати участь у законотворчих процесах. Іншого способу офіційно домогтися такого ефекту, окрім як діяти через свої громадські об'єднання, у бізнесу поки що немає.

Слід зазначити, що навіть з таким Меморандумом стосунки імпортерів з ДФСУ залишаються не безхмарними. На свої запити і надану інформацію ми отримуємо від цієї установи відповіді по суті, а не відписки, лише у 15-20% випадків. І зміст таких відповідей полягає у тому, що на перевірку діяльності суб'єктів господарювання, які, за нашими даними, торгують нерозмитненими товарами, державою накладено мораторій. Що тут скажеш? Але в цілому процес з мертвої точки зрушено, і в цьому наша перевага.

Ще одним прикладом взаємодії бізнесу і влади, яка здійснюється через нашу Асоціацію, можуть слугувати наші відносини з Міністерством фінансів України. Навряд чи звернення окремого підприємця чи навіть крупної компанії до такої установи матимуть такий же ефект, як звернення Асоціації із загальним оборотом її учасників у розмірі майже 50 млрд. грн. А якщо до Мінфіну почне

звертатися, наприклад, конфедерація асоціацій всіх імпортерів України, які у своїй сукупності наповнюють половину бюджету держави? Чи наважиться хтось просто так відмахнутися від їхніх пропозицій, вимог і допомоги? Такої конфедерації, на жаль, ще немає, але її поява, гадаю, не забариться. В цьому наш спільний інтерес, це наш засіб захисту, і головний інструмент формування цивілізованого ринку імпорту в Україні.

Щодо Мінфіну, то АПІТУ звернулася до нього з пропозиціями щодо законодавчих ініціатив, необхідних для зменшення обсягів тіншового імпорту та збільшення наповнення державного бюджету.

Серед запропонованих нами заходів - реєстрація розрахункових операцій при торгівлі товарами ІТ і споживчої електроніки, гармонізація із законодавством ЄС фінансових обмежень в системі поштових відправлень, введення додаткової одиниці виміру та обліку товарів ІТ, відновлення обов'язку імпортерів зазначати повний опис товару у графі 31 митної декларації.

Для прикладу: чому виникло питання про 31-у графу митної декларації?

У цій графі, згідно Наказу Мінфіну 30.05.2012 р. №651 «Про затвердження Порядку заповнення митних декларацій...», необхідно вказати дані для однозначної ідентифікації товару (марка, артикул, ціна тощо). Але разом із цим наказом чомусь діють роз'яснення протилежного змісту, надані митникам на рівні листа заступника голови ДФСУ, які дозволяють імпортерам не заповнювати 31-у графу митної декларації та які, на наш погляд, є незаконними. Цими незаконними роз'ясненнями митники і користуються, а в результаті для імпортерів створюється можливість приховувати інформацію, необхідну для ідентифікації товарів, що переміщуються через митний кордон України, і визначення їх реальної вартості. Отже, з декларації ця інформація виключена, а інвойс не потрапляє до баз даних і звітності. Подібні дії і призводять до того, що дві третини ВВП України - в тіні.

Як ви гадаєте, якою буде відповідь Міністерства фінансів з цього приводу?

## Майбутнє бізнесу - за Асоціаціями

Наша Асоціація підприємств інформаційних технологій України (АПІТУ), була створена в 2007 році на основі створеної ще у 2004 році Асоціації ІТ-дистриб'юторів, до якої входили крупні імпортери-дистриб'ютори в сфері ІТ. Її завданнями стали не тільки ті, про які мова йшла вище. Наприклад, ми також робимо власні обстеження окремих сегментів ринку щодо його обсягів і запасів. В результаті, піврічні запаси ноутбуків скоротилися до двомісячних. А це - відчутна економія на складських приміщеннях, «заморожених» коштах.

Асоціація не просто захищає бізнес-інтереси своїх учасників. Вона є активним ініціатором введення бізнесу в обґрунтоване, зважене і ефективне правове поле, в якому враховані інтереси держави і усунуті контрпродуктивні перешкоди для бізнесу. Важливо підкреслити, що Асоціація значною мірою регулює і відносини між своїми компаніями-учасниками.

АПІТУ - не єдина асоціація навіть у сфері ІТ-бізнесу, і на часі обговорення питання про об'єднання бізнес-асоціацій і громадських організацій, які діють в сфері імпорту. За таким об'єднанням - майбутнє українського бізнесу. Воно дозволить концентрувати для вирішення тих чи інших питань всі інформаційні, репутаційні, фінансові, організаційні і навіть політичні ресурси імпортерів. Адже проблеми у нас переважно схожі, а подібнення зусиль призведе тільки до зниження їх ефективності.

Підготував **Сергій Пархомов**

# Ультиматум владі

## Українські бізнесмени розповіли, як заразити країну вірусом підприємництва



**В**ласники компаній, які вирішили організовано лобювати інтереси українського бізнесу перед владою, говорять про те, що держава зробила для підприємців за два роки і що їй варто зробити найближчим часом.

Ігор Гуменний, власник української компанії UBC Group з філіями по всьому світу і оборотом у сотні мільйонів доларів, любить згадувати, як він «випадково» зареєстрував бізнес в США. Все було так: Гуменний зайшов в реєстраційний офіс навести довідки. Наближався кінець робочого дня, клерк поспішав додому, сунув українцю форму, сам же допоміг її заповнити і втік - а Гуменний зрозумів, що став щойно власником американської компанії. В іншій його філії - канадській - за 20 років жодного разу не бачили податкового інспектора.

В Україні про такий лібералізм по відношенню до бізнесу не чули. І за два роки прориву не сталося. У підсумку навздогін за іноземними підприємцями з країни почав йти і місцевий бізнес. Проте, не весь.

«Мільйон підприємців змінять цю країну, і дуже швидко», - говорить Микола Толмачов, засновник будівельної компанії ТММ. Разом з власниками ще півсотні компаній, зокрема МТІ, Нова пошта, Rozetka.ua, UBC Group, Космо, Baker Tilly Ukraine, він став співзасновником Співки українських підприємців (СУП).

18 компаній, керівники яких увійшли в раду директорів СУП, створили 90 тис. робочих місць, сплатили 2,2 млрд грн податків минулого року і виручили 15 млрд грн на експорті.

Співка Українських  
Підприємців



Тепер їхня мета - змусити державу з ними рахуватися.

Сьогодні в Україні, за даними Мінекономрозвитку, загальною 350 тис. «живих» підприємств, з них більше 90% - це те, що в Європі називають середнім і малим бізнесом. При цьому їхній внесок в економіку не перевищує 10% ВВП, тоді як у розвинених країнах аналогічний показник - 50-70%.

Представники СУП готові збільшити цю частку. «Бізнес - як вірус грипу. Є середовище і сприятливі умови - буде бурхливий і стрімкий розвиток. Потрібні насамперед зрозумілі правила гри», - говорить Гуменний.

Що зроблено і що робити далі, щоб країна підхопила цей «вірус»? Про це НВ розповіли бізнесмени, які увійшли до ради директорів СУП.

## В'ячеслав Клімов



співвласник і засновник Нова пошта  
(18,2 тис. співробітників)

- З точки зору ведення бізнесу та бізнес-клімату в цілому я не можу назвати фундаментальних змін. Вони мають швидше фрагментарний характер.

Незважаючи на невеликі зрушення (наприклад, бізнес став менше боятися рейдерства), безліч підприємців зробили вибір на користь інших країн. Зараз треба докласти максимум зусиль для створення сприятливих умов тим, хто залишився.

Якщо говорити про дії на державному рівні, перш за все важлива масштабна дерегуляція: спрощення умов ведення бізнесу, зняття обмежень, лібералізація податкової політики по відношенню до малих і середніх підприємств. У перспективі ці кроки запустять процес формування середнього класу - сили, яка створить якісний прорив в економіці.

Водночас бізнесу потрібно діяти на локальному рівні - удосконалювати компетенції. Зважаючи на швидкість глобальних змін і зростання вимог до підприємств, їм варто більше вкладати в навчання - здобувати нові знання, вчитися розпізнавати тренди і адаптуватися до нових умов.

## Ігор Гуменний



власник UBC Group  
(4,5 тис. співробітників)

- За останні два роки знизився тотальний тиск на бізнес. Немає тупого відбирання і перерозподілу. Але це не дерегуляція. Ймовірно, чиновники поки в розгубленості. При Вікторі Януковичі все було розподілено - з усіх боків обступали і реалізовували своє право на «ренту». Після революції в органах настав гармидер, немає єдиного центру, тому немає і системного тиску. Тривають якісь кавалеристські атаки, але порівняно з тим, що було в 2013 році, можна сказати, що настала свобода. Але це все одно не порядок.

Те, що режим не змінився, видно з постійних виїмок (документів) і масок-шоу: вони відбуваються, а потім усім все повертають, і всі задоволені. Отже, якщо виїмка була законною - значить, бізнес відкупився, а якщо незаконною - то хтось (з тих, що брали участь в її організації) повинен бути звільнений. Але відповідальності немає.

Наведу приклад. Років 15 тому в нашому офісі в Польщі несподівано відбулися обшуки, і коли ми довели, що це було незаконно, нам повернули документи, заплатили неустойку і адмі-

ністративно покарали кожного, хто ухвалював рішення про обшук. Відповідальність має бути взаємною. Якщо чиновник вирішує провести обшук - він повинен мати на це право. Але якщо він робить це незаконно - повинен відповідати.

Потрібні зрозумілі правила гри:

1. Деретуляція та ліквідація всіх рудиментарних пострадянських адміністративних відділів. Просте запровадження стандартів ЄС.

2. Ліберальне податкове законодавство. Орієнтиром має бути законодавство економік, що зробили стрімкий ривок. Наприклад, закони Німеччини кінця 40-х, Сінгапуру, Південної Кореї, Словаччини, Грузії, Чилі. Сучасний Євросоюз вирішує інші завдання, нам потрібна нова індустріалізація.

3. Судова реформа. Гарантом правових відносин може бути тільки новий, некорумпований і незалежний суд. Приклади переходу від корупційного судочинства в історії є. Всю апеляцію можна просто сформулювати з іноземців.

4. Радикальне зниження держзатрат.

Я порівнюю правила роботи в Україні з правилами, за якими наші підрозділи працюють в Латвії, Грузії, я вже не кажу про США або Канаду. Ніде немає паперових носіїв, ми не ходимо на митницю, щоб щось декларувати і доводити. Україна в цьому плані досі на тому самому рівні.

У Грузії, де ми працюємо вже 15 років, було чітко видно перехід від старої системи до нової. При Шеварднадзе, якщо ти подавав декларацію, до неї потрібно було прикладати \$100, а після приходу Саакашвілі все дуже швидко змінилося - декларації взагалі зникли. У Канаді ми працюємо років 20, і ще не бачили податкового інспектора. Зате ми абсолютно точно знаємо, що коли щось порушимо, то побачимо всі.

## Дмитро Ушмасв



засновник і гендиректор компанії  
Три медведя (800 співробітників)

- За останні два роки ні малий, ні середній бізнес поліпшень не відчув. Деструктивні перевірки не припинилися. Вартість фінансових ресурсів, як і раніше, дуже висока, добробут населення стрімко падає, що не дає рости практично ніяким рынкам.

Єдине поліпшення - це зменшення ставки податку на фонд оплати праці (ЄСВ), що знизило податкове навантаження на підприємства. Але для двох років реформ цього занадто мало.

Необхідно відродити довіру до держави. Для цього потрібно:

- знищити корупцію - вона демотивує активну частину населення займатися підприємництвом і створює нерівні умови для ведення бізнесу;
- забезпечити стабільність нацвалюти;
- захистити і підтримати бізнес на всіх державних рівнях. Припинити тиск.

По-друге, треба зробити Україну привабливим місцем для власників капіталу, щоб сюди ринув потік інвестицій. Для цього необхідно спростити систему оподаткування, зменшити кількість і розмір деяких податків і спростити ведення бізнесу. У країні більше 50 організацій, які регулярно перевіряють і мають право блокувати, закрити або завдати інших неприємностей компаніям. Це відбиває бажання займатися бізнесом в Україні, оскільки є інші країни, в яких підприємців, готових вкладати гроші в економіку, буквально носять на руках.

Потрібне зелене світло для охочих інвестувати на свій страх і ризик. Місцеві адміністрації повинні пропонувати їм ділянки, підводити комунікації, створювати промислові парки, робити все, що може допомогти бізнесу відбутися і створити робочі місця.

## Володимир Цой



засновник і співвласник компанії МТІ  
(3,5 тис. співробітників)

Зміни є, але їх так мало, що серйозно вплинути на інвестиційний клімат вони не можуть. Зі зробленого, напевно, можна відзначити ухвалення закону про податковий компроміс, мораторій на перевірки малого та середнього бізнесу і часткові успіхи в питанні дерегуляції.

Якщо говорити про зміни, які могли б запустити процес розвитку малого та середнього бізнесу, я відзначив би такі:

- радикальне зменшення кількості податків, зниження ставок податків до рівня, при якому відхід у тінь буде економічно необґрунтований;
- проведення процедури «регуляторної гільйотини» - тобто всі обмеження повинні або зникнути, або бути істотно спрощені;
- зменшення вартості грошових ресурсів для розвитку бізнесу.

## Наталія Єремесса



власник компанії Стеклопласт  
(600 співробітників)

- Я не бачу, що держава щось реально змінила. Розумію, що це дуже складно. Я не сприймаю це з песимізмом - знаю, що система не змінюється так швидко. Бачу потенціал щось змінити в людях, які, як і ми, щось роблять.

Ситуація, в якій опинилася Україна, змусила нас, бізнесменів, порушитися ще сильніше. Моїм рішенням став експорт, вихід на нові ринки. Якби в сьогоднішніх умовах я залишилася тільки в Україні, напевно, мені довелося б скоротити людей, я не змогла б платити високі зарплати своїм конструкторам, математикам, технологам, які вміють робити класні продукти, та які в Україні зараз не затребувані. А завдяки тому, що ми вийшли на експорт - у нас офіси в Казахстані, Грузії, Німеччині, Франції, - для наших мізків є поле діяльності. Не можна сидіти в сірій країні і думати, що все погано. Так, за кордоном всі двері зачинені. Там нас ніхто не чекає. Але набагато краще навчитися і там пробивати двері.

У Польщі ми зустрічалися з Лешеком Бальцеровичем, автором польської шокової терапії, який виголосив ключо-

ву фразу: держава не повинна заважати. Добре, коли держава надає якусь допомогу, дає преференції, але, якщо чесно, нехай вона займається своєю справою, а ми - своєю. Ми впораємося.

## Владислав Чечоткін



співвласник і засновник інтернет-магазину Rozetka.ua  
(2 тис. співробітників)

Зміни відбулися у тому плані, що контролюючі органи стали менше «діставати». Справа або в зміні системи, або у тимчасовій розгубленості перевіряючих. Спількування з податковою стало не таким зухвалим, дрібні перевіряючі рідше з'являються, нас перестали смикати через дрібниці. В цілому стало менше ситуацій, коли кожен чиновник вважає, що наділений владою над тобою.

Я вважаю, що введення персональної відповідальності чиновників за застосування закону - головна умова для того, щоб зробити бізнес-середовище в країні комфортним і зрозумілим.

Проти Розетки в 2012 році порушили масу кримінальних справ. Жодна не дійшла до суду - всі були визнані незаконними. Під ці справи проводилися обшуки. Востаннє обшук тривав 31 день: в офіс приходять міліціонери і 31 день сплять у тебе, живуть, грають в комп'ютерні іграшки - поки не заплатиш. І ніхто не несе за це відповідальності. Це масове явище. Якщо чиновники будуть нести персональну відповідальність за свої рішення, такого свавілля буде все менше.

## Андрій Федорів



власник маркетингової компанії FEDORIV  
(70 співробітників)

Запит на розвиток малого бізнесу в країні існує. Щоб він розвивався, необхідні кілька факторів. Фактор №1, як не парадоксально, - інформаційний, тому що початок бізнесу - це стрибок зі скелі у невідомість. Внизу може виявитися чарівний океан, а можуть - арматурні пруті. У світі з цим працюють. Ми хочемо з цим працювати, показувати приклади успіху і стимулювати людей.

Наступний важливий момент - гроші. Це питання не до держави, а перш за все до банків і фінансових організацій. Важлива вартість грошових ресурсів для малого і середнього бізнесу. Я думаю, що момент, коли банки почнуть реально конкурувати за можливість віддати гроші малому підприємцю - стане величезним стимулом для розвитку малого бізнесу.

Олена Трибушна, [www.biz.nv.ua](http://www.biz.nv.ua)



# Шатун за 22 евро, ИЛИ ВСЕ ОТТЕНКИ СЕРОГО ИМПОРТА В УКРАИНУ

## Историческая справка

Ассоциация Предприятий Информационных технологий АПИТУ 31.07.2014 провела круглый стол «Легальный рынок ИТ-товаров - близкая реальность». 14.08.2014 был подписан Меморандум про сотрудничество с ДФСУ. В 2015 году вместе с восемью профильными ассоциациями был разработан порядок взаимодействия с ДФС, который до сих пор не подписан. 17.05.2016 - проведен Круглый стол «Теневой импорт ИТ-товаров и потребительской электроники - основные схемы и поиск путей противодействия». С августа 2014 года направлено 223 письма о противодействии теневому импорту: о занижении цен на ИТ-товары - 168, о признаках нарушения таможенных правил - 34, предложений о совершенствовании законодательства - 21.

7 ноября 2016 года было опубликовано письмо АПИТУ заместителю Министра финансов Украины о законодательной инициативе, направленной на уменьшение теневого импорта и, соответственно, дополнительными возможностями пополнения государственного бюджета.

В частности, в инициативу входило предложение, поддержанное большинством Правления АПИТУ, о понижении норм безналогового ввоза товара через посылки до порога 22 евро, принятых как самый либеральный порог в странах ЕС. Эта цифра фигурирует как «стоимость, которой можно пренебречь».

## Реальность

### предпринимательских будней

Любой вид торговли от украинских СПД осуществляется без фиксации расчетно-кассовой операции. На практике это

означает, что импортный товар продается без чеков, что исключает любую проверку того, каким образом товар попал в Украину. Этой удобной лазейкой в украинском законодательстве активно пользуются как украинские предприниматели, так и представители малого и среднего бизнеса соседних стран. Фактически, получая посылку для собственных нужд, физическое лицо занимается предпринимательской деятельностью. Сегодня успешно работает целый пласт интернет-магазинов, в каталоге которых представлены товары, стоимость которых не превышает 150 евро. Как правило, такие магазины не имеют никакой «прописки» в Украине, в контактной информации указаны офисы в Польше, Чехии, Венгрии и т. д. Это означает, что, получая заказ, владелец интернет-магазина проводит доставку со своего склада в Европе, не платит ни копейки налогов в украинскую казну, получает возмещение НДС своей страны и при этом получает неучтенную прибыль, поскольку деятельность в Украине формально может прикрываться работой через группу ЧП.

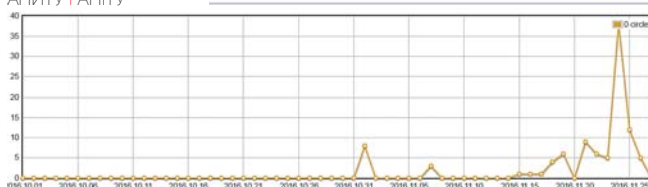
На практике известны прецеденты, когда отправители Восточно-Азиатского региона, увидев адрес получения «Украина», автоматически предлагают занижить стоимость отправки. Такая практика - это не только недоплаченные налоги, а еще и инвестиционная привлекательность страны. Также известны предложения курьерских доставок, для стоимости посылок выше 150 евро за 30 % от стоимости доставки, привезти посылку без таможи. Такая практика свидетельствует прежде всего о том, что создана целая система частно-государственного партнерства по уклонению от оплаты НДС и пошлин на почтовые отправления.

## Народный гнев

На рисунке отображен процесс публикаций темы «22 евро» сайтами на каждую дату информационной операции:



Понятия в динамике:  
АПІTV | АПІTV



**Юпитер, ты сердишься - значит, ты не прав...**

**Эллина Шнурко-Табакова**

Глава правления АПИТУ, издатель, [www.hi-tech.ua](http://www.hi-tech.ua)

# Народний лобізм, або як сила Фейсбуку фрілансерам допомогла

З маловідомого документу законопроект, який дозволяє укладати договори через email, став найбільш згадуваним серед представників ЗМІ та влади за 2016 рік, і був ухвалений парламентом. Як це вдалося зробити?

**30** листопада президент публічно підписав законопроект №4496 про спрощення експорту послуг. Це, здається, безпрецедентний випадок такої уваги до ініціативи з достатньо вузькою цільовою аудиторією. Секрет простий - сила Фейсбуку, або народний лобізм.

Ще півроку тому «народний лобізм» здавався фантастикою. У процесі прийняття законопроекту #4496 про спрощення експорту послуг ми пересвідчилися, що він перетворився на реальний інструмент впливу на рішення влади.

З маловідомого документу законопроект став чи не найбільш згадуваним серед представників ЗМІ та влади за 2016 рік.

Усе почалося з того, що ми вирішили перевірити, чи готові українські громадяни активно пильнувати та контролювати парламент. Не так, як зазвичай, коли депутати приймають «шкідливі» законопроекти або затягують голосування позитивних: декілька «зрадних» постів на Facebook - і забули про проблему.

Ідеться про реальні дії для підтримки законопроекту, відстоювання власної позиції та тиск на депутатів. У нашому розумінні це і є «народний лобізм» («crowd lobbying»).

Перевірити можливість народного лобізму та активність громадян ми вирішили на законопроекті #4496, оскільки він звільняє від зайвої бюрократичної тяганини тих, хто працює «на себе» та надає послуги закордонним замовникам. Ще й може додатково принести державі майже 500 мільйонів гривень.

Проте законопроект «застряг» у парламенті без будь-якого прогресу та, що гірше, без уваги з боку політиків, ЗМІ або громадських організацій.

Наша ініціативна група з п'яти однодумців вирішила, що ніхто не допоможе законопроекту краще, ніж самі експортери послуг. Тож постало амбітне завдання - об'єднати та навчити громадян «лобіювати» законодавство не гірше професіоналів. Для його вирішення нам знадобилися такі «інгредієнти».

## 1. Новий підхід до лобіювання

Народний лобізм - це, в першу чергу, про громадян. Тож, спочатку ми пояснили фрілансерам, чому саме їм потрібна ця ініціатива, а потім вже переконували депутатів.

На спеціальному майданчику в Facebook ми об'єднали майже 4000 зацікавлених фрілансерів з усіх кутків України. Саме там ми вели обговорення, ділилися інформацією про зміни статусу законопроекту та повідомляли про наступні кроки для його просування.

## 2. Спрощення інформації

Проведене нами опитування показало несподівані результати. Майже 60% респондентів щоденно цікавляться новинами зі сфери політики та реформ, а в першу чергу - новачками законодавства.

Разом з тим, анкетування підтвердило, що українцям бракує простої інформації щодо суті законопроектів та процедур їх розгляду в парламенті. Саме тому групу у Facebook ми наповнювали максимально простими інфографіками та текстами про суть та наслідки запропонованих новацій.

## 3. Лайки та шері 24/7

За нашим опитуванням, менше 10% українців вважають, що

активність у соціальних мережах може вплинути на долю законопроекту. Проте, як виявилось, роль «лайків» та «шерів» значно недооцінена.

Народні депутати та високопосадовці - «також люди», і більшість є активними користувачами соцмереж. Тому сотні репостів та лайків на підтримку певної законодавчої ініціативи здатні привернути увагу народних обранців та пришвидшити її розгляд.

Наприклад, кампанію на підтримку законопроекту #4496 ми розпочали 23 травня, і перше голосування документу в Верховній Раді відбулося вже за три тижні.

## 4. Додайте фану

Робити корисні справи - це добре. А робити їх граючи - ще краще та дозволить залучити більше «гравців». Тому ми перетворили процес народного лобіювання на таку собі гру.

Вигадували завдання, додавали бали, публікували імена найактивніших користувачів. Такий підхід зробив процес веселішим та додав відчуття суперництва.

## 5. Не Facebook-ом єдиним

Для впливу на рішення парламенту треба залучати громадян і за межами віртуального простору. Акції, мітинги, флешмоби, збори коштів - все, на що вистачить фантазії.

За три дні ми змогли зібрати кошти на друк матеріалів для невеличкого мітингу біля парламенту на підтримку ініціативи. Ще й утричі більше, ніж планували. А деякі активісти навіть не полінувалися особисто прийти на акцію.

## Які результати нашого експерименту?

По-перше, інформація про законопроект #4496 з'явилася на сторінках більшості провідних медіа: майже три тисячі згадок у ЗМІ за півроку.

По-друге, проект #4496 увійшов до пріоритетів Кабміну та був представлений на Національній Раді реформ як одна з ключових ініціатив у сфері дерегуляції. Вже за кілька годин після ухвалення у Верховній раді президент особисто гарантував його підписання.

По-третє, пости спільноти у Facebook отримували понад 40 тисяч переглядів, при цьому сумарна їх кількість наблизилась до 2,5 мільйонів.

По-четверте, в разі скоротився час на розгляд законопроекту у парламенті. При цьому під час ухвалення у другому читанні стався той рідкісний випадок, коли документ отримав голоси всіх фракцій без винятку.

## Які висновки?

Попри розповсюджений міф, кампанія на підтримку законопроекту #4496 довела: громадяни можуть впливати на законодавчі рішення в країні, а рецепт успіху не надто складний.

Кампанія вселила впевненість, що у народного лобізму в Україні є велике майбутнє.

Як відомо, до суспільної думки дослухаються, коли вона звучить голосно. Тому наступного разу замість постів про «зраду», краще долучитись до народного лобізму та спільними зусиллями допомогти вершити долю законопроекту.

Власноруч будувати «здорову» демократичну країну - фантастика? Ні - реальність! Варто лише спробувати.

Хотілося б, щоб депутати також підтримували подібні ініціативи. Підтримка конструктивних законопроектів, на які є запит суспільства, дає багато плюсів до карми та політичного рейтингу.

Значно більше, аніж усі виступи за трибуною та на телебаченні разом взяті. Переконайтеся самі!

**Роман Супрун**, співзасновник проекту PolitEyes



Не просто качество. Качество Delphi.



# Delphi. Управление двигателем.

Эффективная ОЕ-технология  
для улучшенного контроля выхлопа,  
экономии топлива и долговечности.

[delphiautoparts.com](http://delphiautoparts.com) 





# РАЗОМ МИ – СИЛА!

